



## [書評] 『地場産業と地域経済 地域産業再生のメカニズム』 (南保勝著, 晃洋書房, 2008年)

著者	中西 康信
雑誌名	地域総合研究
巻	37
号	1
ページ	89-100
発行年	2009-09-30
URL	<a href="http://id.nii.ac.jp/1654/00001052/">http://id.nii.ac.jp/1654/00001052/</a>



## 『地場産業と地域経済 地域産業再生のメカニズム』

(南保勝著，晃洋書房，2008年)

中西 康信\*

### 1. はじめに

鹿児島県において、地場産業と呼べるほどの製造工業の集積地域はほとんど存在しない。現状、鹿児島県で特に育成を狙っている産業と言えば、農業と観光業だと言われるだろう。しかし、服部の研究によれば、首都圏以外の地域での製造工業の盛衰は、県民所得の大きさと大きく関係している（服部 2008）。その意味では、たとえ短期では無理だとしても、長期的な視点で製造工業の振興を、また、できれば製造工業での地場産業と呼べるほどの産業の育成を鹿児島県の経済問題として考えることが全く無意味だとも言えない。それを考える上では、本書は、示唆を与えている書である。

本書は、福井県鯖江市近隣に集積する眼鏡枠産業に関する本格的な研究書である。眼鏡枠の国内生産の9割以上がこの鯖江地域で生産されており、典型的な地場産業となっているが、1990年代を通じての円高、バブル崩壊後の不況、2000年代に入ってから同産業における中国企業の躍進などによって、現在、苦境に陥っている。その打開策の方向性を示すのが本書の目的である。鯖江地域の産業再生のために、著者は、国内複数の他地域の製造工業集積地域を調査、研究している。当然、鯖江地域と他地域との比較、検討という作業を著者は行うのだが、そうした作業の中で、現代において地域の製造工業を考える上で、重要な点を示唆している。その点に注目しながら、次に本書の具体的な内容を見ていくことにする。

### 2. 本書の内容

まず、本書の構成は下記の通りになっている。

- 第1章 産業集積論の主要概念とその系譜
- 第2章 鯖江眼鏡枠産地の発展要因と集積効果
- 第3章 鯖江眼鏡枠産地の集積構造と今日的課題
- 第4章 鯖江眼鏡枠産地の技術構造とその評価
- 第5章 鯖江眼鏡枠産地における域内取引の実態と流通
- 第6章 鯖江眼鏡枠産地のグローバル戦略
- 第7章 国内産業集積の新潮流（事例研究）
- 第8章 産学連携をベースとした産業集積の再構築に向けた試み

---

\* 本学附属図書館書記

## 第9章 産地複合化への可能性

## 第10章 「産地型」集積の未来

本書は、5つの部分に分かれる。第1が第1章での産業集積に関する既存の理論の整理である。第2が第2章と第3章で、鯖江における眼鏡枠産業の発展過程を辿った上で、現状の課題と問題点を3点に抽出している。第3が第4章から第6章までで、その3点を詳述している。第4が第7章と第8章で、他地域で成功している製造工業の産業集積について、成功に導いた施策、支援体制について紹介している。第5が第9章以下で他地域での成功事例から鯖江産地への示唆を導き出している。

詳しく見ていくと、第1章では、産業集積に関する既存の理論の整理を行っている。まず、産業集積の理論を古典的理論と現代的理論とに分ける。前者の古典的理論としてウェーバー (A. Weber) とマーシャル (A. Marshall) の理論を紹介している。ウェーバーの理論は、産業集積が形成されるメカニズムの解明を意図したもので、輸送費用節約と賃金費用節約が基軸となっている。賃金費用については、地域間において賃金格差があることが前提とされている。マーシャルの理論は、産業集積が形成されるメカニズムについても原材料の採取地などの自然的条件などを指摘しているが、中心は、産業集積が一旦成立した後のその維持、発展のメカニズムの解明である。それを解明するのが有名な外部経済という概念である。ある特定地域に産業が集積することによって、経済主体相互に利益をもたらしているというのである。その利益については、次の3点が挙げられ、1) 知識、技術が伝播しやすい、2) 補完産業の発生や高価な機械設備の共同使用による効率的な使用、3) 企業、労働者双方にとって有利となる特殊技能労働者の労働市場形成がある。3) については、景気変動によってある特殊技能を持った労働者を解雇しようとした場合であっても、同地域に多数の同業者がいることから、他企業で雇われることも十分見込まれるので、企業と労働者の双方に利点がある、ということである。

次いで、後者の現代的理論については、ピオレ & セーバール (M.J. Piore and C.F. Sable)、ポーター (M.E. Porter) 等の理論を紹介している。ピオレ & セーバールの理論については、フレキシビリティ論と言われるものである。1980年代に米国経済が凋落を示した際、その原因の一つを自動車産業のフォードイズムが象徴する、巨大設備を用いた大量生産体制にあるとし、大量生産体制では市場の不安定性や不確実性にうまく対応できなく、そうした不安定性や不確実性には、巨大企業が巨大設備を用いて、垂直一貫した大量生産を行うよりも、小企業が多数特定地域に集積して、その地域内での生産調整を行う方がうまく対応できる、としたものである。ピオレ & セーバールが念頭にあったのは、イタリアのプラトーの織物産業である。次に、ポーターの理論は、産業クラスター論と言われるものである。ポーターは、まず、クラスターを特定分野内で相互に関連した、企業と機関からなる地理的に接近した集団とし、これらの企業と機関が競争もしつつ、同時に協力もしている状態を産業クラスターと呼んだ。こうした産業クラスターという視点でポーターが産業集積を捉える理由は、そうした方が競争の本質や競争優位の源泉を考えるのに都合がいいとし、産業集積における競争優位の源泉として、1) 要素（投入資源）条件、2) 企業戦略及び競争環境、3) 需要条件、4) 関連産業・支援産業の4点を挙げている。1) については、原材料などの天然資源だけでなく、人的資源、資本の他、物的なインフラストラクチャー、情報、法律制度などを挙げ、要素（投入資源）条件が高まれば、それだけ競争上優位に立てるとしている。2) については、競争環境にマクロ的環境も含まれている。3) については、水準の高い要求をする顧客の存在が企業の製品やサービスの質向上につながるとしている。ポーターの産業クラスター論は、これまでの産業集積論やフレキシビリティ論を引き継ぎ、生産性と競争戦略、イノベーションの観点から新たなアプローチを行ったところに意義があると言える。

以上の通り、既存の産業集積に関する理論を整理した上で、第2章で鯖江地域における眼鏡枠産業の発

展過程について述べている。

鯖江に眼鏡枠産業が興った起源は、1905（明治38）年に福井県麻生津村生野（現、福井市生野町）で地元の富豪・増永五左衛門が地域住民の生活困窮をみかねて、農家の副業として眼鏡枠の製造を始めたこととされている。眼鏡枠産業が興った契機は、人為的、政策的であったのである。鯖江近隣に、眼鏡枠製造について、特に有利な条件があったわけではないのである。当初は、大阪から技術者を招き、地元の人に技術を伝えた。また、地元の人の習得も早く、1908（明治41）年には内国共産品博覧会に出品し、有功一等賞を得ているほどである。福井市生野で発した眼鏡枠製造が鯖江に広がったのは、1906（明治39）年のことで、五左衛門の親戚にあった青山彦左エ門が、五左衛門のところで学んだ技術を基に河和田村小阪（現、鯖江市河和田町）に開業している。その後、鯖江に根付いた眼鏡枠産業は、経済成長とともに発展していくが、第二次大戦によって、余儀なく縮小された。終戦後、東京、大阪などの当時の他の眼鏡枠産地は大打撃を受けたが、鯖江は比較的被害が小さく、いち早く復興を遂げることに成功する。その引き金になったのが、1947（昭和22）年に鯖江市神明・立待地区にあった旧陸軍連帯跡地が民間に払い下げられたことである。その跡地に、復員した眼鏡関係者が次々と独立し、また河和田地区から安くて広かったその跡地に多くの企業が移転し、現在の姿の原型が出来上がった。

戦後、眼鏡枠産業は急速に成長していく。朝鮮特需を経て、さらに、1960（昭和35）年前後、セルロイド枠のサングラスが世界的ブームとなり、国内需要はもちろん、海外輸出も増え、成長は加速する。ブームが去った1967（昭和42）年以降は、主に国内市場に目を向け、製品面では当時主流を占めていた洋白、ハイニッケル素材フレームの加工技術に加えて、1980年代から出始めたチタンなどの新素材加工技術の開発、製造の自動化・省力化を推し進め、また、1980（昭和55）年には産地の大手メーカーが米国市場へ参入するなど、鯖江眼鏡枠産地は国内眼鏡枠の大半を製造する一大産地として、その地位を確立する。1987（昭和62）年には、チタンフレームの技術を基に世界ではじめて形状記憶合金フレームの商品化に成功している。1990年代には、CAD/CAMの実用化に取り組み、また、熟練技術が必要なため機械化の難しいろう付け機の開発研究やメッキ、プレス作業工程などの自動化研究にも取り組み、成果を上げた。

一方で、1990年代はバブル崩壊後の不況と円高の急進により、内需、輸出とも不振に陥り、産地の大手メーカーの大半が海外、特に中国に生産工場を持つようになった。こうした事態は、国内市場への輸入品（持ち帰り品）の流入を招き、鯖江の産地企業の操業低下や受注単価の下落を誘発した。2002（平成14）年には、中国からの持ち帰り品の増加などから、輸入が輸出を上回る逆転現象が起こった。

鯖江産地の眼鏡枠産業の発展要因を探ると、1）産業勃興期では、特に農家の副業からスタートしたことから、当時の競合地であった東京、大阪に比較すると賃金費用が低く抑えられ、また、前述の通り、質の高い技術的能力備えた労働者が即現れるなど、質の高い労働力を保有していたこと、2）当時は、眼鏡枠製造に大規模な生産設備が必要でなく、製造工程が比較的単純な手作業による部分が大きかったこともあり、比較的参入が容易であったこと、3）戦後、早い復興により、眼鏡関連企業が鯖江に集積し、戦後まもなく、産地内分業・一貫生産体制が築かれ、完成品メーカーを頂点とする補助関連産業の集積がなされたことなどを指摘し、第1章で紹介した理論が現実的整合性を持つことを示している。

第3章では、鯖江の眼鏡枠産業の今日的課題を抽出している。そのための現状把握として、前述した通り、鯖江産地は、今、衰退し始めている。1989（平成元）年と2005（平成17）年との比較では、事業所数が860件から601件へ、従業員数は7,972人から5,596人へとそれぞれ減少しており、しかもその傾向は2000年代に入り加速している。衰退した原因は、前述した鯖江産地における大手完成品メーカーの海外、特に中国への進出による空洞化と、他にも、眼鏡枠市場における競争の激化が挙げられる。眼鏡枠の主な産地は、現状、イタリア、日本（鯖江）、中国の3つの地域である。イタリアは高級品、嗜好品を中心に生産し、中国は中級以下の低価格品を主に生産していた。ところが、1990年代以降、鯖江産地の大手完成品メー



カーが中国に進出したことによって、技術伝播が起こり、中国企業の技術水準が向上し、低価格品であっても、鯖江産地で製造される眼鏡枠との品質の差が縮まった。鯖江産地は、割合質の良い商品で、中間の価格帯でシェアをとっていたのが、そこに中国製品が入り込んできたのである。この傾向は、2000年代に入ると顕著になり、中国製の眼鏡枠の日本への輸出が増加し、欧米市場においても中国製がシェアを伸ばし始める。

こうした環境変化に伴って、鯖江産地は、前述した通り、衰退し始めているのだが、その打開策を考えるには、1) 技術、2) 産地内取引と流通、3) グローバル化の3点を考えることが重要であると著者は指摘した。これらの3点について、それぞれ以下第4章～第6章で扱われる。

まず、1) の技術について、鯖江産地における技術的特質としては、線材の加工技術を得意としていることであり、特に、チタンや形状記憶合金などの加工難易度の高い素材について、高い加工技術を保有していることが先ず挙げられる。しかし、財の特質上、仕方ないことであるが、加工技術の加工精度は低い。何ミクロン単位での加工技術は、眼鏡枠製造に不要であるので、そうした技術的蓄積はなされていない。また、眼鏡枠という財自体の大きさが小さい商品（数ミリ～数センチ）であるため、大きいサイズの製品、部品の製造に適していない。このような技術的特質は、他産業への参入を困難とする大きな障壁となっているのである。

次に、2) の産地内取引と流通であるが、先ず、産地内取引については、歴史的経緯から非常に複雑な分業体制が産地内において築かれてきた。前述した通り、戦後は順調に需要が伸び、産業としては発展してきたのであるが、眼鏡枠の完成品メーカーで、その生産工程のほとんど全てを一社内で生産していた企業はほとんどなく、多くの生産工程を外注に回してきた。その原因については、著者が引用する鈴木の研究によれば、眼鏡枠の需要が順調に伸びていた時期に、従来の完成品メーカーが投資のリスク回避として、外注先を利用したことが大きく、順調に需要が伸びている時期には、中間加工業者にも多くの仕事も当然舞い込むため、メーカーからの独立者も増えていった、としている（鈴木 2000, 39-40頁）。逆に言えば、産業の拡大期に投資のリスクをとってまで、生産の多くの工程を持つ、垂直一貫した大企業になろうとした企業がほとんどなかったということである。また、著者は、他にも、技術的な高度化が分業体制の確立を促したとしているが、その本質は、前述した投資リスクに対する回避であることは同様である。

こうした分業体制の中でも、確かに、大手完成品メーカー、眼鏡レンズメーカー、産地卸など頂点の企業は多様であるが、それらの企業を頂点とした一応の系列関係は見られる。しかし、その中の企業間関係は、他産業でかつてよく指摘された支配、従属的な関係ではなく、比較的緩やかであり、系列を超えた取引は頻繁にあり、下請け関係というよりも、工程分業の専門性を介した緩やかな結合と言った方が適切な関係である。

しかし、このような分業体制は、前述した海外進出によって、崩壊の危機にさらされている。つまり、専門性の高い加工技術を有しない中小の加工企業は、そうした加工は中国に進出した工場に代替されるため、淘汰の道を歩む事になる。完成品メーカーの生き残りのためには避けられない事であるが、このような事態が進むと、鯖江産地が一部の完成品メーカーや卸を除けば、壊滅状態になりかねない。著者は、鯖江産地の発展のためには、中小の下請加工業者の温存は必要であり、眼鏡枠でももちろんのこと、他産業での新たな需要開拓が急務だと指摘する。

鯖江産地にとって、海外進出による凋落も確かに問題であるが、流通機構に関しても大きな問題がある。かつての眼鏡枠の流通ルートは、多くの地場産業でそうであるが、産地メーカー→産地卸→消費地卸→小売店というルートが大半であった。ところが、近年は、低価格を武器とした大手量販店が台頭した。大手量販店は、中間マージン排除のためにメーカーと直接取引を行うことも多く、また、大手レンズメーカーも自社レンズの売り込みのために、産地メーカーを傘下に入れ、OEM生産を確立して販路を拡大するな

ど、眼鏡枠の流通は、現在、複雑なものとなっている。そうした影響で、川中の産地卸商、消費地卸商の多くが衰退している。眼鏡枠の流通網に関する限り、大手量販店を中心として川下の優位性は動かしがたく、価格決定権は小売店、特に大手量販店の影響力が大きく、産地メーカーの収益悪化は恒常的となっている。業界関係者の話によれば、最終価格を100とすれば、メーカーから卸問屋に渡す価格がその25～30%、卸問屋から小売店に渡す価格が35～50%とも言われ、実に、最終価格の内、7割以上が流通段階で食われているということになる。

前述した通り、鯖江産地の特徴は、完成品メーカーといっても、外注割合の多い、垂直的統合度合いの低い企業で、流通についても産地卸に依存的であった。確かに、リスクを回避することを選ぶメーカーにとっては、販売のリスクを産地卸に移転させることができて、都合が良かったのである。このことは、多くの地場産業に言えることである。しかし、それゆえに、最終消費者からの距離は遠く、最終価格の決定に対して大きな力を持ちえず、流通業者の言いなりに近い存在となってしまったのである。著者も、流通機構改革は極めて大きな課題だと述べている。

3)のグローバル化についてであるが、眼鏡枠製造においては、現状、イタリア、中国、日本（鯖江）が世界の3大製造地である。前述したが、特に、中国の成長が著しい。確かに、中国政府が経済特区を設置するなど、外資の導入に積極的であったことから、中国でも眼鏡枠産業が成長した。鯖江産地からも、前述した通り、数多くの企業が中国に進出した。パターン別に見ると、1つ目のパターンは、比較的早い時期から、つまり、1980年代後半から90年代前半に進出した企業の多くがそれに当てはまるが、最終仕上げのメッキ・仕上げ加工は、鯖江に持ち帰って行なうが、それまでの生地枠までは全て中国で生産を行なう。いわば、生産面での工程間分業を採用するパターンである。最終仕上げのメッキ・仕上げ加工は技術力が必要な工程であり、その前の生地枠までの生産工程は比較的労働集約的であったことから、日本との賃金格差を利点としていたのである。最終的に生産されたものについては、メイド・イン・ジャパンのブランドを付けることによって、付加価値の高い製品を製造することが出来た。

2つ目のパターンは、海外向けの製品の生産を中国での生産に切り替え、鯖江での生産は国内市場向けの製品の生産に特化する、というパターンである。中国の工場では一貫生産システムによって中級品市場を狙った海外向けの製品のみを生産し、そのまま輸出に回す方式である。現地で生産される製品には、国内向け製品とは異なるブランドを投入するなど、いわば、製品差別化分業が行なわれている。

3つ目のパターンは、完成品メーカーとしての進出ではなく、部品工場、メッキ工場といったように、製造工程の一部分を担うことを目的として進出したタイプである。このパターンの進出企業には、生産コストの低減に加え、現地で日本からの進出企業だけでなく、現地企業からも受注が見込め、売上ソースの多角化が見込まれることに利点がある。

また、他にもグローバル化の動きとしては、1997（平成9）年以降、鯖江産地におけるいくつかの大手完成品メーカーがイタリアの大手完成品メーカーと提携を結んだことがあった。鯖江産地の大手メーカーはイタリアのブランド力を、イタリアの大手メーカーは日本の技術力を活用できることに利点があった。

こうしたグローバル化の動きからは、近年変化が起こっている。まず、中国企業の著しい成長である。技術的には、最終加工のメッキ加工も行う企業や、素材についても、鯖江産地が得意としてきたチタン枠の加工を行う企業が現れるなど、眼鏡枠製造について一貫して中国のメーカーで行えるようになった。これには、鯖江産地から進出した企業からの技術移転も大きく影響した。中級品以下では、コスト面の優位から中国企業は大きく世界的シェアを伸ばしてきている。また、イタリアなどのブランド力を持っている大手メーカーも鯖江産地の大手メーカーとの提携を切って、中国のメーカーにOEM生産を委託する事例が見られるなど、世界的レベルでメーカーの選別に入っている。

こうした事態から、著者は、鯖江産地の課題として、鯖江産地の大手メーカーが今後もイタリアの大手

メーカーとの連携を求めるのであれば、技術、デザイン、企画力などに裏打ちされたコスト面での優勢を一層確立していくことが重要だとしている。また、新しい提案として、ハウスブランドの確立を提出している。ハウスブランドとは、自社で企画開発した商品に自社独自のブランドをつけ、直接小売店に販売していくことである。ニッチ市場であるが、ファッション性のある商品を鯖江産地の中小メーカーが狙うには適しているのではないかと、としている。また、日本の国内市場は、アメリカに次いで、眼鏡枠の市場として、高付加価値商品中心の市場であることを忘れてはいけない、としている。

このような現在の鯖江産地の危機を打開するために、学ぶべき他の産業集積地域、工業集積地域の考察するのが、第7章と第8章である。

まず取り上げられる地域が新潟県燕市である。燕市の最大の特徴は、複合金属製品産地であることである。鯖江産地が眼鏡枠という単一の製品の産業集積地域であるのに対して、燕市は多様な金属加工製品の集積地域となっていることが対照的である。では、燕市は、なぜ複合金属産地となったのか。その回答は、歴史の中にある。

燕市近辺は、江戸時代から和釘の生産で知られていた。明治末期、当時は不況のどん底であった燕産地であったが、その苦境を打開すべく、東京の輸入商から真鍮を使った手作りによるフォークやスプーンなどの金属洋食器の受注を受け、生産を開始したことが産地形成の出発点であった。その後、設備の革新や、クロムメッキ技術の完成といった技術革新などを起こし、日本で遅れていたナイフの生産を確立するなど、燕産地は金属洋食器生産地として発展していった。しかし、第二次大戦の間は、経済統制によって生産の抑制を余儀なくされた。

戦後、金属洋食器生産を再開し、朝鮮戦争を契機にアメリカ向けの輸出が急増し、燕産地は、発展への道を歩み始める。その当時、金属洋食器の素材は真鍮からステンレスへと変化し始めた時期だったが、ステンレス加工の電解研磨技術が進歩したことで、下請けの研磨業でも家内工業が可能となった。一時アメリカから関税割当て制度が設けられ、アメリカへの輸出は落ち込むが、カナダ、ドイツなどの欧州の各国への輸出を伸ばすことで対応した。また、1960年代には、ハウスウェア（卓上用、厨房用器物）の生産も活発になった。

しかし、1970年代から80年代にかけて、アメリカの関税割当て制度の復活、オイルショック、円高、東アジア諸国との競合などによって、苦境に陥る。その打開に対しては、先ず、輸出主導から国内需要への転換と、アメリカ、カナダ、ドイツなどの欧州への輸出減少分を中東、アフリカへの輸出でカバーした。こうした動きと相まって、ハウスウェア市場が成長段階にあったので、その生産を拡大させ、また、一方で、1970年代にはステンレス製魔法瓶やステンレスカーブミラー、ステンレス照明器具、アルミサッシ、ゴルフボール、カーブミラー、カメラ製品など新製品を開発した。また、1985（昭和60）年のプラザ合意以降の急激な円高不況以降には、政府がその対策に公共事業を激増させ、それに伴っていわゆる箱物の公共施設建設が増加したが、当時、建築資材の中心が鉄やアルミからステンレスへの転換時期でもあって、ステンレス製の建築資材の需要が舞い込み、ステンレス製鋼メーカーから建築資材のOEM生産の多くを燕産地の企業が受注した。つまり、既存の技術を活用しながら、他産業への参入を果たし、多角化をして苦境を乗り切ったのである。

これらの苦境を乗り切った後も、また、苦境が訪れる。バブル崩壊後の平成不況である。平成不況によって、確かに、金属洋食器、ハウスウェアの生産は減少するが、利器工匠具、製缶板金などへの新規参入が増加するなど、多角化を行って乗り切る企業も数多く見られ、燕産地全体としては、確かに衰退傾向にあるが、産地崩壊という危機にまでは至っていない。

燕産地の特徴は、述べた通り、苦境が訪れる度に転換を図っていることである。金属洋食器に始まって、調理器具、ゴルフ製品、現在では医療器具なども扱うなど、多角化を行っている。その転換の度に、ほと



んどは素材も変化し、銅から鉄、鉄からアルマイト、アルマイトからステンレス、ステンレスから現在チタン、マグネシウムへと需要の変化に合わせて変化しているのだが、それに合わせて燕産地の企業の技術も高度化している。しかも、その技術の高度化は、下請けの加工、部品会社にまで及んでいる。まさに、生産技術の革命が燕を支えたのである。また、新潟県央地域地場産業支援センターの存在も見逃せない。地場産業の企業の加工技術をデータベース化し、受注の受け皿となる業務の他、職員自らが全国各地の産業集積地に出向き、受注活動に携わっている。こうした地道な活動も、当然、産業集積地域としての維持、発展には欠かせない。

燕市には、確かに行政的支援もあるが、それが地域の産業発展を主導していた訳ではなかった。しかし、行政の主導によって、地域に工業集積を導いた例もある。ということは、政策如何によっては、工業集積も可能となる場合もある事例である。その例として、著者は、先ず、東北の岩手県北上市を取り上げる。北上市は、現在では、工業団地8ヶ所、流通基地1ヶ所、産業業務団地1ヶ所に246社が立地する東北でも有数の工業集積地域となっている。では、ここに集積する企業は、鯖江産地や燕産地のような地元の企業であるかと言えば、そうではなく、その多くは誘致企業である。元々、北上市には、これといった産業はなかったが故に、1961（昭和36）年に財団法人北上市開発公社を設立し、市が独自に工業団地の用地買収、造成、工場誘致を開始している。1954（昭和29）年の市制誕生から2005（平成17）年3月までに誘致した企業数が182社にのぼり、誘致企業数では全国1位を誇っている。ただし、誘致した企業数が増加するのは、1970年代後半以降であり、1977（昭和52）年の東北縦貫自動車道の開通や1982（昭和57）年の東北新幹線の開通などの社会資本の整備と当時の国の産業振興施策と相まった結果であるとも言える。ただし、そうした条件だけで誘致に成功できたわけでもなく、市長、市役所職員の並々ならぬ努力の成果も貢献している。

北上市での工業集積を業種別事業数でみると、その構成比は、一般機械の17.3%を筆頭に、金属12.7%、食料品8.5%、電気機械8.5%、衣服7.4%と続いており、比較的バランスの取れた業種別となっている。製品出荷額等では、電気機械関連製品が39.5%と大きく、これに輸送機械12.2%、鉄鋼11.0%、パルプ・紙8.1%が続き、機械金属関連製品だけで約8割を占めているのが特徴的である（数値は、いずれも2005年の岩手県『工業統計』による）。

誘致に成功した要因を辿ると、前述した社会資本整備、国の施策以外にも、市の努力も大きい。というのも、初代市長から現在の市長に至るまで、企業誘致にかける姿勢、工業のまちづくりにかける想いは引き継がれている。また、長年市役所の誘致担当者であった職員の企業誘致に懸ける情熱は並ではなく、新聞などで少しでも何らかの誘致に関して情報を得ると、フットワーク良く動き、電話だけでなく、必ず二桁の訪問をする、訪問前に事前に交渉する権限範囲について明確にし、できるだけ訪問後の後日返答は避けるなど、誘致に関するノウハウを蓄積し、他の職員にまで伝承していったことなども見逃せない。他にも、誘致された企業に優れた労働者を供給するために、近隣に工業高校が存在することも見逃せない。

しかし、北上市とて、円高、バブル崩壊、平成不況など、経済的苦境から逃れられるわけではなく、その対策として、近年では産官学連携が重要であることに気づき始め、岩手大学工学部との連携プロジェクトを開始するなど、誘致企業に対し、技術開発、新製品開発などで支援を開始している。また、誘致企業の要求に応えることができるように、地元企業の技術の高度化などにも力を入れ始めている。

あくまで外発型の企業誘致を目的としながらも、北上市が工業開発の基盤整備を行うことで、誘致企業と地元企業の更なる高度化を図り、新たな産業創造の芽を育てようと試みているとも言える。

北上市は、近年地元企業の高度化に対しても政策的に配慮を始めたが、基本的には外部からの誘致された企業が地域の工業の主導的役割を果たすものであった。しかし、外発型地域として出発しながら、徐々にその誘致された企業との取引を通じて、地元企業の発展へとつなげることができるのではないか、とい



う仮説が出てきても、不思議ではない。それを意図している地域が、同じ岩手県の花巻市である。

1970～80年代を通じて、花巻市は北上市と同様に大手企業の誘致に成功するのであるが、1980年代後半からの急激な円高、1990年代に入ってからバブル崩壊、平成不況により、誘致された有力企業の撤退がいくつかあり、衰退の途を辿るかと思われた。しかし、誘致企業の発注の内、地域内の企業に向けて発注される割合は、たったの2割であることから、誘致企業が発注する水準に地元企業がそれに応える能力に欠けていることが問題だとされ、その解決を企てようと、花巻市起業家支援センターが設置された。花巻市起業家支援センターでは、現在、一定の技術的知識とマーケティング能力を持つ民間出身のコーディネーターの職員が2名常駐し、企業の指導に当たっている。花巻市起業家支援センターは市の直営で運営されているが、コーディネーター役を果たす職員は元民間人であり、きめ細かく企業を指導することができ、当センターに入居していた企業が退所後に、当市内でそのまま事業継続する企業が2004年の報告書によると11件（全入所企業は23件）で、それなりの成果が上がっていると言える。

外発型の企業誘致はどこの地域でも見受けられるが、誘致された企業との取引を通じて、内発型、つまり、地元企業の育成、発展につなげて、いくつかでも成功した事例は珍しく、全国的に見ても先進的地域だと言える。

また、著者は、島根県の斐川町も同様なことを目指す地域として紹介している。ただし、斐川町の場合は、花巻起業家支援センターのような自治体が設立した組織も存在するのであるが、その運営をNPO 法人が行っていることが特徴的である。

第8章は、産学官が連携した産業集積を試みている事例を紹介しているが、重要な点をいくつか紹介すると、地域の企業の育成、支援には花巻市起業家支援センターに常駐するコーディネーターのような役割を果たす人材が必要であること、また、産官学の連携によって、例えば、新しい技術、商品、販路などを開発、製造した際、産官学の連携があれば、そうしたものの評価を客観的にできる可能性が高まり、例えば、その連携をNPO 法人化し、そのNPO 法人がそうした評価を基に金融機関に融資の斡旋を行う、といった事例もあることなどである。いずれにせよ、地域の企業の育成、支援には、公的な機関であれ、NPO のような法人であれ、技術指導、販売、マーケティングなど、川上と川下の両面からの支援が必要であるということである。

第9章は、鯖江産地の燕産地のような産地複合化への可能性を探っている。結論から言えば、現状では、困難であろう、ということになる。まず、他産業への新規参入であるが、現状では一部で見られるものの、多角化と呼べるほどの受注を受けている企業は存在しない。鯖江産地が得意とする技術は、難加工性材料の加工技術であるが、著者が調査した事例では、例えば、光触媒の特性を持つ酸化チタンを用いた製品開発に取り組み、スプーン、フォーク、アクセサリーなどの小物を中心に、健康を意識した製品開発を行った企業があった。その他にも、この企業は、カメラ、時計といった精密機械用部品として活用可能な高密度ワッシャーの開発を行った。後者のワッシャーについては、汎用性が高い部品であるため眼鏡用として、あるいは、他の製品でも引き合いが多く、今後伸びていく可能性もあるが、スプーン、フォークなどは、現状、安定的な受注を確保できていない。

このように、既存のある一定のプライスゾーンにある製品に対して、新たな素材で加工して、新規製品として開発したとしても、その有効性が価格差を超えて消費者に認識されるまで相当の時間を有するであろうと考えられる。つまり、鯖江産地が得意としている難加工性材料の加工技術を利用して、他産業に進出しようとしても、最初から困難が伴っているとも言えるのである。また、他にも、前述した通り、眼鏡枠の大きさの制約から、小物の製品を中心とするしかなく、大型の製品にも、また、現代的な産業に要求される何ミクロン単位までの精確な加工技術にも適さないことが、他産業への参入の障壁となっている。

だからといって、新規に新たな技術を身につけ、設備を備え、他産業へ参入するには、あまりにも投資のリスクが大きい。また、鯖江産地の加工業者を中心は中小の零細企業であり、そのような企業には困難が伴うことである。

そして、こうした困難がありながらも、燕産地と比較した上で、著者が考える鯖江産地が複合化を図る道として、先ず第1に挙げられるのが、鯖江産地の中小の加工専門業者が既存の保有技術を基礎に、広域にかつ多様な製品の受注を目指す方向である。この方法は、リスクが低く、堅実な方法である。第2に挙げられるのが、長期的課題としての既存の技術体系とは全く異なる産業への新規参入である。ただし、それには、時間も要するであろうし、困難、リスクが伴う。

また、著者は、鯖江産地において、自治体による産業支援策の手薄さと今後の産官学の連携の必要性を強調する。鯖江産地でも、新技術導入に対する補助金政策など支援策は存在しているが、燕産地や花巻市のようなきめ細かい支援策の不在を指摘し、そうした必要性は、鯖江産地の企業アンケートから伺えるとしている。

また、最終章では全体を振り返り、改めて鯖江産地の課題を提出している。販売、流通については、巨大流通センターの設立を提案している。既存の配送の効率化にもつながるし、また、そうした流通センターに対して、消費者からすれば、ワンストップサービス、ワンストップショッピング、つまり、「眼鏡については、何でも分かる、何でも手に入る」という利便性が高まることが期待されるとしている。グローバル化については、大手完成品メーカーについては海外市場での高評価による自社ブランド力の向上が課題となり、中小の加工業者にとっては、高質化技術、つまり、北イタリアの中小企業がモデルになっているのだが、製品が保有する高い品質と持続性の保証、優れた特徴を持つ機能性、心地よく共感を得られる手触り、デザイン性などに加えて、アフターサービスの充実と安心感、ステータスを感じられる供給量と価格帯など、精度や機能だけでない多様な品質を意味し、まさに高付加価値を生む源泉として定義できるような技術を保有することが課題だとしている。最後に、改めて、複合化、グローバル化、いずれに鯖江産地が対応するのにも、自治体、また、産官学連携による支援策が不可欠だとしている。

### 3. 本書の意義、残された課題など

本書の意義は、先ず、鯖江地域の眼鏡枠産業についての本格的な研究としては、初出であるということである。この地場産業について、既存の産業集積の理論を整理した上で、歴史、産地形態、取引構造、技術、流通といったあらゆる側面から、既出のデータを可能な限り利用して、分析を試みた点は評価に値する。円高、不況、グローバル化といった経済環境の変化に対して、鯖江産地は衰退を余儀なくされているが、それに対する施策を提出するのが、本書の目的であった。その回答として、著者は、燕産地をモデルとした鯖江産地の複合化、流通機構の改革、産地企業のグローバル化を契機とした更なる対応、自治体、産官学の連携による支援などを挙げた。それらのいくつかについて、若干のコメントを述べることにする。

先ず、鯖江産地の複合化についてであるが、鯖江産地の技術的特質から、それが困難であろうと予測されることを示した点は、評価に値する。技術的特質を把握した上で、それを経済問題として関係づけることは、意外と難しいことである。ただし、燕産地との比較の際、燕産地の技術的特質の記述をもっと精巧にすれば、鯖江産地の技術的特質との相違をもっと明瞭にできて、鯖江産地の技術的課題が一層明確になったかもしれないし、ひょっとしたら、違った技術的課題が浮かび上がった可能性があるようにも思われる。また、燕産地が複合化していったのは、技術的対応もさることながら、歴史的経緯によることが大きいことを著者は明らかにしたが、鯖江産地が今後複合化を目指すとしても、歴史的経緯によっては挫折してしまう可能性も当然あるであろう。その意味では、燕産地の歴史的経緯について、もっと詳細に分析

して、複合化のための歴史的客観的条件を明らかにすることも、課題として残されたと言える。

流通機構の改革についてであるが、評者はグローバル化以上に大きな問題があると考えている。というのも、前述したように、最終価格の内、7割以上も流通分野で食われていて、それで、川上の製造企業の収益が圧迫しているのであれば、先ず打つ手はここにあると考えるからである。著者は、既存の大手量販店などの小売店が最終価格の決定権を握ってしまっていて、川下の優勢を覆すのは難しいと考えているようだが、そうした川下の優勢を崩すことを考えることも可能ではないであろうか。かつて、ガルブレイス(J.K. Galbraith)は、対抗力なる概念を提出した(Galbraith 1952, chap.9)。ガルブレイスによれば、企業の独占力を抑止するものは、理論上、市場における競争力だと考えられているが、現実とはそうではなく、供給する企業から見て、市場の向う側に独占力に対抗する結集力が現れ、独占力を抑制している、とした。例えば、消費者が結集する消費者運動、安売りをする巨大スーパーがメーカーに対して行う値下げ要求、労働組合などである。眼鏡枠において川下の優勢を少しでも揺るがすには、こうした対抗力を鯖江産地のメーカーなり、あるいは、産地の協会などが持つ必要があるのではないであろうか。例えば、産地卸、消費地卸が現在衰退しているのであれば、それらにも協力を得て、鯖江産地の協会などが大型小売店も含めた小売店への卸商をできるだけ一括して統合し、大手量販店へ眼鏡枠を卸す際に、卸す側も大規模化して対抗力を持つことによって、価格交渉の面で力を持つ、ということも一つの策となるのではないか。卸までの川中までを垂直的統合して、川下の大手量販店に対抗力を持つという方法である。その際、現在、大手量販店と直接取引をしている鯖江産地のメーカーや産地卸に対して、いかにして協力を得るか、といった課題は、残るであろう。

また、川上の鯖江産地メーカーと川中の卸商が結集して川下の大型量販店に対抗力を持つという手段でなく、直接、販売に打って出るのも一つの策となるであろう。つまり、川下までの一種の垂直的統合である。例えば、鯖江産地の協会が、あるいは、大手メーカーが協同という形で、東京や大阪といった大都市圏に数店舗でも小売店を出店し、直接消費者に販売するのである。価格面でも、直接販売するのであるから、大規模小売店に対しても対抗できるはずである。品質の良さが評価されれば、鯖江産地のブランド化にもつながるであろう。製造を行っている鯖江産地側が、直接ある程度の規模で持って小売部門に進出することで、大型小売店にとっては、強力な競争相手となるとなりうるので、大型小売店へ製品を卸す際の価格交渉力に何らかの影響があるとも考えることもできる。また、直接消費者に販売することによって、消費者の動向から商品開発につなげる可能性があるなど、製造と販売との垂直的統合には、確かに規模拡大によってリスクはとらなければならないが、利点も存在するのである<sup>1</sup>。著者も流通機構の改革として、巨大流通センターの設立を提案していたが、その目的は、あくまで集約による製品の輸送費用削減や、消費者側の移動費用などの取引費用削減であったが、それだけではなく、評者が述べたような、大型量販店に対して対抗力を持ちうるような巨大流通センターの設立を考えるべきではないであろうか。

前述したことだが、これまで鯖江産地のメーカーが川下の流通、販売分野に進出してこなかったのは、鯖江産地のメーカーが販売のリスクを卸に負担させて、自らがそのリスクをとらなかったことである。もちろん、自らが販売のリスクをとるほど、大きい企業でなかったともいうこともあるかもしれない。翻って考えてみれば、鯖江産地が他産業への新規参入が現状困難なもの、眼鏡枠以外への進出に伴うリスクを避けてきたから、とも言える。また、著者の言う、鯖江産地における緩やかな分業体制が築かれたのも、前述したように、鯖江産地の企業家には投資リスクを回避する傾向が見られたからだ、とも言える。これは、評者が数年間福井に居住していた経験からも、そう思えるのである。福井の人は、非常にコツコツと、職人気質で、仕事は着実にこなすのだが、今の仕事をさらに発展させるには、もう少し売値を高くするに

1 垂直的統合の利点や垂直的統合の理論上の整理については、中西(2007)と中西(2008)を参照。



は、あるいは、もっと売ろうという、商人的発想に欠け、また、堅実性を尊重しすぎて、リスクを回避しすぎる傾向があまりにも強すぎるように評者には感じられたのである。

そうであるならば、現状の鯖江産地の窮状は、これまでのリスク回避的な気質に起因する部分もあるとも言える。今までのように、リスクを回避し続けることも、大きいリスクを背負いこんでしまうことにつながる、と考えてもいいのではないのであろうか。経済環境は、時の経過とともに、必ず変化する。現状は永遠には続かないのであれば、多少のリスクをとっても、将来のために、何か事を起こすのも企業家の責務とも言えるのではないのであろうか。こうしたことを鯖江産地の企業家はもちろん、支援策を実行する自治体関係者等も念頭におく必要があるように思われる。

また、著者が行った他地域の産業集積地域の研究についてであるが、このことについては、鹿児島県への示唆ということを目的として、以下に述べることにする。鹿児島県にも、誘致された企業は確かに存在し、一昨年来の急激な景気悪化によってそうした企業の撤退がいくつか伝えられているが、現状、北薩、国分などの地域には、誘致された企業は残っているし、また、一部の自動車部品メーカーの進出も近年報じられた。鹿児島県には、冒頭でも述べたように、現状では、製造工業での地場産業と呼べるほどの産業は存在していないが、著者が紹介した花巻市の事例をモデルにしながら、誘致された大手企業との取引を通じて、地元企業の育成、支援を行うことが、現実的な産業政策となるであろう。日本の自動車産業の部品製造業において、トヨタなどの組立てメーカーとの長期継続的な取引が部品メーカーの成長を促したという実証研究は、浅沼萬里の先駆的研究によって広く知られており（浅沼 1997, 197-235頁）、誘致された大手企業との取引を通じた地元の企業の成長というストーリーは、実は、経済学、経営学上も裏付けのあることなのである。鯖江産地は、前述したように、眼鏡枠産業が興る必然性は何もなく、大阪から職人を連れてきて、産業を興したのであるが、産業集積地と呼ばれるほどになったのも、それだけ需要が順調に伸び、市場が拡大したからである。また、中国企業が成長するまでは、あまり競争相手もいなかった、とも言えるが。鹿児島県がいきなり、鯖江産地、あるいは、燕産地のような産業集積地となることは確かに困難であろうが、前述した誘致された企業との取引を通じての地元企業の育成が、工業振興につながることは確かであろう。その際、きめ細かな支援が必要であることは、花巻市の例からも示唆されていることである。また、鯖江産地の教訓から、こうした産業政策を実施していくにしても、川上の製造に関する技術的指導だけでなく、川下の流通分野、販売に対する対策、また、グローバル化への対応といったことが課題となるとも言えるだろう。

また、著者は第1章で産業集積に関する理論の整理を行い、箇所によっては、その理論との整合性を検討していた。確かに、マーシャルの産業集積の維持、発展についての外部経済の見解は当てはまったとも言えるが、問題は、それらの理論がどこまで施策につなげられるほどの分析武器として有効であったか、ということである。本書を通じて、結局、施策にまでつながった分析は、歴史、技術、取引構造、グローバル化など、現状をきめ細かく記述することであった。つまり、これも残された課題となるのだが、産業集積の理論が、深く分析できて、今までは誰も気付きもしなかったような点を析出して、それを施策につなげることができるような、強力な理論には至っていない段階にある、と評者には思われるのである。

最後に、既に述べたが、著者の考えは、鯖江産地に集積した中小企業を中心とした分業体制の崩壊を食い止めるためには、燕産地をモデルとした転換が必要である、という考えである。中国企業の成長による、一部分の分業体制の崩壊、つまり、一部企業の淘汰は避けられないが、できる限り、転換によって分業体制を支えている中小企業の生き残りを模索している。これに対して、評者の考えは、前述したように、ある程度の垂直的統合（合併）をすべき、あるいは、ある過去の時点である程度の垂直的統合をすべきだったように考えている。この問題は、著者や、あるいは、ピオレ & セーベルが述べたような中小企業による柔軟な分業体制と、評者が考える、ある程度垂直一貫した大企業がいくつかある産業組織と、どちらを



できるだけ政策的に選択すべきか、という問題である。この問題に対して、一意的な答えがないことは直感的に分かるが、こうした問題こそ、厳密には無理だとしても、ある程度分析的に産業集積論が解くべき課題であるように思われることを指摘しておく。

いくつか残された課題を挙げ、著者が見逃したようなことも述べたが、それでも本書の意義は薄れることない。むしろ、これだけ課題があることが分かったことも、本書の意義だと言えるからである。

## 【参考文献】

[邦文]

1. 浅沼万里 (1997), 『日本の企業組織 革新的適応のメカニズム』, 東洋経済新報社.
2. 鈴木正人 (2000), 「構造転換が求められる福井の眼鏡産業」『地域公共政策研究』第2号, 37-46頁.
3. 中西康信 (2007), 「垂直的統合に関するハーバード学派とシカゴ学派」『地域公共政策研究』第13号, 46-64頁.
4. 中西康信 (2008), 「垂直的統合と取引費用論」『地域公共性学研究』第14号, 59-77頁.
5. 服部茂幸 (2008), 「なぜ製造業は地域雇用にとって重要か」『地域公共政策研究』第15号, 22-34頁.

[英文]

1. Galbraith, J. K. (1952), *American Capitalism*, Houghton Mifflin (邦訳: 藤瀬五郎訳 (1955), 『アメリカの資本主義』, 時事通信社).